



Centro Universitário de Brasília - UniCEUB

Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS
Curso de Bacharelado em Direito / Curso de Bacharelado em Relações Internacionais

**A INFLUÊNCIA DOS MEIOS DIGITAIS NO PROCESSO ELEITORAL: Estaria a
democracia em risco?**

**BRASÍLIA
2025**

BEATRIZ AMARAL SILVA DE SOUSA

**A INFLUÊNCIA DOS MEIOS DIGITAIS NO PROCESSO ELEITORAL: Estaria a
democracia em risco?**

Artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientador: Professor Alessandro Rodrigues da Costa

**BRASÍLIA
2025**

BEATRIZ AMARAL SILVA DE SOUSA

**A INFLUÊNCIA DOS MEIOS DIGITAIS NO PROCESSO ELEITORAL: Estaria a
democracia em risco?**

Artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientador: Professor Alessandro Rodrigues da Costa

BRASÍLIA, 03, MAIO, 2025

BANCA AVALIADORA

Professor(a) Orientador(a)

Professor(a) Avaliador(a)

A influência dos meios digitais no processo eleitoral: Estaria a democracia em risco?

Beatriz Amaral Silva de Sousa

Resumo

O presente artigo científico propõe uma análise crítica sobre os impactos das tecnologias digitais no processo eleitoral, com ênfase no uso de redes sociais, inteligência artificial e estratégias de desinformação (*fake news*). A pesquisa adota método descritivo, por meio de revisão bibliográfica, documental e levantamento de dados oficiais, bem como de legislações, a exemplo da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e as recentes alterações na Resolução nº 23.610/2019 do Tribunal Superior Eleitoral. Ademais, examina-se a utilização de mecanismos como *big data*, algoritmos e técnicas de *microtargeting* na disputa eleitoral, evidenciando os desafios que essas práticas impõem à democracia. O estudo busca demonstrar de que forma essas tecnologias influenciam o ambiente democrático e o comportamento dos eleitores, além de avaliar se as normas atualmente vigentes são eficazes para garantir a lisura das campanhas e resguardar a integridade do Estado Democrático de Direito.

Palavras-chave: Tecnologia. Eleições. Redes sociais. Inteligência artificial. Fake News. Cidadania. Democracia.

Sumário

Introdução. 1 - Da democracia direta à representativa: a função essencial do Direito Eleitoral na construção democrática. 1.1 - Sociedade em rede: como a Internet transformou a participação cidadã. 1.2 - A influência do ciberpopulismo na democracia representativa: desafios para a Justiça Eleitoral. **2 – Internet e tecnologia como artifícios de modulação do comportamento dos eleitores.** 2.1 - Fake news e a era da desinformação. 2.2 - O caso da empresa Cambridge Analytica. **3 - E-campanhas: propaganda eleitoral no contexto de ascensão das tecnologias.** 3.1 - Uso da inteligência artificial nas campanhas eleitorais: os Bots Sociais. 3.2 - Eleições presidenciais de 2024 nos Estados Unidos e de 2022 no Brasil. 3.3 - Limites jurídicos ao uso da Internet nas campanhas eleitorais. **Considerações finais.**

Introdução

A ascensão das tecnologias digitais e das redes sociais transformou de forma profunda as relações sociais, a dinâmica da informação e, conseqüentemente, o funcionamento das democracias contemporâneas. No contexto eleitoral, essas mudanças não apenas ampliaram as formas de participação política, mas também trouxeram desafios significativos relacionados à disseminação de desinformação, à manipulação do comportamento eleitoral e à fragmentação do debate público. A popularização de recursos como algoritmos, *big data*, inteligência artificial e *bots* sociais introduziu novas estratégias comunicativas capazes de interferir diretamente na opinião pública e no resultado dos pleitos.

O uso massivo de *fake news*, *microtargeting* e conteúdos virais em campanhas eleitorais, evidenciado em casos emblemáticos como as eleições de 2022 no Brasil e 2024 nos Estados Unidos, bem como no caso da empresa *Cambridge Analytica*, revela um cenário em que a disputa política migra progressivamente para o ambiente digital, onde as narrativas circulam com velocidade e alcance sem precedentes. Nesse ambiente, a democracia enfrenta um paradoxo: se, de um lado, as redes ampliam o acesso à informação e possibilitam a mobilização cidadã, de outro, favorecem a circulação de conteúdos manipulativos e a polarização entre os cidadãos.

Diante desse panorama, a pergunta principal que este trabalho procura responder é até que ponto o uso da tecnologia no processo eleitoral, sobretudo como forma de propaganda, pode interferir nos sistemas políticos e no exercício da cidadania, tendo em vista que o sufrágio é o pilar fundamental dos regimes democráticos.

Outras questões que busca-se responder são: O uso de tecnologias na propaganda eleitoral aprofunda a crise das democracias representativas? As *fake news* prejudicam a capacidade dos cidadãos de tomarem decisões bem informadas? Será que as normas que regulamentam as novas tecnologias usadas na propaganda eleitoral são suficientes para resguardar a integridade da democracia? A popularização das tecnologias foi positiva para o processo eleitoral e, conseqüentemente, para o regime democrático?

Para responder esses questionamentos, a metodologia utilizada foi o levantamento bibliográfico de literatura sobre a temática, como artigos, livros, notícias e dissertações, bem

como breve análise de casos em que o uso da tecnologia e a disseminação de *fake news* tiveram papel decisivo no resultado do pleito.

No primeiro capítulo, analisa-se a contribuição do Direito Eleitoral para a consolidação da democracia representativa. Em seguida, abordam-se os efeitos da modernidade sobre a participação cidadã e os desafios enfrentados pela Justiça Eleitoral diante das transformações tecnológicas. Na sequência, examina-se como a internet e os recursos digitais vêm sendo utilizados para influenciar o comportamento dos eleitores, com destaque para os fenômenos das *fake news*, do *big data* e das chamadas *candystorms* e *shitstorms*. Por fim, o estudo discute de que maneira a propaganda eleitoral tem se adaptado à ascensão das tecnologias e quais são os limites jurídicos impostos a essa nova realidade.

1 – Da democracia direta à representativa: a função essencial do Direito Eleitoral na construção democrática

O conceito de democracia não é estático, tendo se transformado continuamente ao longo da história, de acordo com os modos de participação política e as formas de comunicação predominantes em cada época. Na Antiguidade, especialmente na democracia ateniense, a participação política se dava de maneira direta, em praças públicas, onde os cidadãos deliberavam pessoalmente sobre os assuntos da pólis.

Sendo assim, desde os tempos antigos, a atividade comunicativa foi utilizada politicamente como ferramenta de legitimação e mobilização popular, percorrendo impérios, feudos e a centralização dos Estados modernos. Nesse sentido leciona Leonardo Caetano da Rocha (2020, p. 8):

O uso político da atividade comunicativa remete à Antiguidade. Passando pelos grandes impérios, pela fragmentação típica do feudalismo e pela nova centralização do poder com a formação dos Estados modernos, a necessidade dos líderes de se comunicarem de forma efetiva estava vinculada à necessidade de produzir formas diversas de legitimidade e de eventualmente inflamar a população com vistas a alguma conquista ou à defesa dos territórios.

Com a ascensão da burguesia e a consolidação dos ideais liberais, estabelece-se a democracia representativa, modelo baseado na eleição periódica de representantes para a condução dos interesses coletivos (ROCHA, 2020). Nessa perspectiva, autores como

Schumpeter e Huntington contribuíram significativamente para o debate, concebendo a democracia como um método institucional para a escolha de líderes por meio de eleições livres, competitivas e regulares, capazes de expressar, ainda que de forma indireta, a vontade popular.

Schumpeter acreditava que a democracia era um método de seleção de líderes por meio de eleições, para a concretização de decisões políticas em prol do bem comum e da vontade do povo (SCHUMPETER, 1967). Já Huntington considera a democracia um sistema político, no qual líderes são selecionados por meio de eleições justas e periódicas. Partindo-se da premissa de que regimes antidemocráticos não possuem eleições nem ampla participação política da população, para ele, o direito ao voto bastaria para consolidar a democracia (HUNTINGTON, 1991).

Para além do simples ato de votar, contudo, a democracia pressupõe elementos estruturantes, como a participação cidadã, a divisão de poderes e a garantia do Estado de Direito, como bem sintetiza Henrique Oliveira Couto (2021, p. 23):

Enquanto poder do povo, na democracia há de haver: primeiro, participação política, principalmente por meio das eleições, em que a população escolha seus representantes, além de manifestações públicas; segundo, divisão do poder político, não ficando o mesmo centralizado nas mãos de um único governante; terceiro, Estado de Direito, consubstanciado por meio de leis que garantem uma convivência ordeira entre o Estado e a sociedade, onde tanto o governo quanto a população têm direitos e deveres.

Nessa perspectiva, a construção de uma definição mínima de um regime democrático exige a participação direta ou indireta dos cidadãos na tomada de decisão, a existência de procedimentos para tanto e, acima de tudo, um Estado Liberal, que é pressuposto jurídico para a formação de qualquer Estado Democrático de Direito (BOBBIO, 2019).

Assim, o sufrágio, isto é, o direito de votar e de ser votado, é parte essencial na materialização dos direitos constitucionais e na construção do entendimento de convivência coletiva baseado em um sentimento ético comum (CASTANHO, 2014). Nesse sentido, inclusive, a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão diferenciou em seu texto os termos “homem” e “cidadão”, buscando atribuir a titularidade dos direitos e deveres políticos somente aos cidadãos.

Desse modo, a cidadania representa a concretização da soberania popular, na medida em que garante aos indivíduos o exercício de direitos políticos e a participação ativa na vida pública. Ela também permite o constante aprimoramento e a criação de novos canais institucionais de diálogo e participação social, fortalecendo o regime democrático (CASTANHO, 2014).

Portanto, o entendimento do que é democracia vem sendo alterado e aprimorado ao longo da história, porém esse conceito sempre se manteve atrelado com o exercício da participação política.

Se a democracia sempre esteve intrinsecamente ligada às formas de comunicação política, com o advento das tecnologias digitais e das redes sociais, esse vínculo ganha novos contornos e intensidade. Como observa Andrés Bruzzone (2022), as transformações tecnológicas não apenas alteraram a dinâmica comunicacional, mas também modificaram profundamente a forma como se disputam narrativas políticas e se mobiliza o eleitorado. Segundo o autor, a política, no ambiente digital, deixa de ser mediada exclusivamente por instituições tradicionais e passa a se estruturar em redes descentralizadas e de comunicação horizontal, onde o usuário comum também se torna produtor e difusor de conteúdo.

Diante desse cenário, o Direito Eleitoral assume papel decisivo na regulação das práticas comunicativas em períodos eleitorais e no combate a abusos que possam comprometer a legitimidade do processo democrático. A atuação da Justiça Eleitoral, portanto, precisa não apenas assegurar a integridade das eleições, mas também enfrentar os desafios impostos pela desinformação, pelas campanhas de ódio e pela instrumentalização indevida dos algoritmos e das mídias digitais para fins eleitorais.

1.1 - Sociedade em rede: como a Internet transformou a participação cidadã

O conceito de "sociedade em rede" foi criado pelo sociólogo espanhol Manuel Castells, para descrever a nova configuração social surgida com a era da informação. Nesse contexto de transformação tecnológica acelerada e expansão dos meios de comunicação digitais, as formas de participação política e cidadã inevitavelmente se modificaram. Na atualidade, a comunicação política ocorre de maneira descentralizada, instantânea e global, o que altera profundamente a dinâmica democrática tradicional.

Silva e Santos (2019, p. 3) pontuam o seguinte:

A informação portanto, na sociedade pós-moderna, caracterizada pelo monopólio da tecnologia, faz antever os benefícios e desafios que apontam na direção de um caminho sem volta, onde o cidadão até então restrito a um número tal de conhecimentos, passou a ser bombardeado por notícias e ainda mais, passou a ser protagonista da sua disseminação, à medida que pode, a partir do advento das mencionadas tecnologias, promover a inserção maciça de dados na rede e assim transmiti-las a um sem número de usuários. Nesta seara, já podemos perceber que cada ser humano munido de um computador ou equivalente tecnológico, poderá se fazer ouvir numa dimensão jamais dantes imaginada, divulgando sua opinião, suas convicções ou até mesmo forjando informações de caráter ideológico, visando por exemplo, alterar as intenções de voto numa eleição [...]

Sendo assim, o monopólio da informação, antes restrito a poucos meios de comunicação, cedeu espaço a um ambiente onde o cidadão não apenas consome conteúdos, mas também se torna protagonista de sua produção e disseminação. Cada indivíduo, munido de dispositivos conectados à Internet, pode compartilhar suas opiniões, convicções e até mesmo conteúdos manipulados, com potencial de influenciar processos eleitorais e alterar intenções de voto em uma escala sem precedentes.

O alcance e a rapidez da transmissão de informações pela Internet confere uma nova perspectiva para o termo cidadania, porquanto alteram a forma com que os indivíduos se comunicam, modificando as relações sociais. É fato que a vida contemporânea dos cidadãos passou a estar centralizada nas mídias e nas redes sociais, razão pela qual não há como o ambiente político não ser influenciado por essas tecnologias. O cerne da questão está em entender se o exercício da cidadania nesses novos moldes impacta positivamente ou não no regime democrático.

Para Castanho (2014), esse cenário tem fragilizado as estruturas partidárias tradicionais e fortalecido a personalização da política. O voto passa a ser definido em função de atributos simbólicos dos candidatos, ligados a sua imagem e simpatia, em vez de levar em consideração propostas programáticas consistentes.

Como bem pontua Byung-Chul Han “cada vez mais, votar e comprar, Estado e mercado, cidadão e consumidor se assemelham. O *micro-targeting* se torna a prática geral da Psicopolítica” (HAN, 2018, p. 87). Nesse sentido, os papéis de eleitor e consumidor se confundem, e práticas como o *micro-targeting* se tornam comuns, direcionando conteúdos

políticos customizados com base em dados pessoais, o que configura um uso estratégico e muitas vezes manipulativo da comunicação digital.

Dessa forma, a Internet transformou a participação cidadã de diversas formas, ampliando o acesso à informação e facilitando o engajamento em processos políticos e sociais. Com a popularização das redes sociais, *blogs* e plataformas de discussão *online*, os cidadãos ganharam novas ferramentas para expressar suas opiniões, organizar movimentos e mobilizar apoio para causas diversas, permitindo uma maior democratização da informação. Porém, a referida popularização também trouxe impactos negativos, como a disseminação de desinformação, bem como a utilização ampla e manipulativa dos dados de usuários pelos sujeitos do cenário político, podendo influenciar negativamente o debate público.

Assim, as redes digitais carregam consigo um paradoxo democrático: de um lado, abrem espaço para o surgimento de novas identidades coletivas e formas plurais de expressão, dando voz a atores antes não representados; de outro, criam o ambiente propício para a fragmentação social, a polarização extrema e o recuo do pluralismo, elementos que ameaçam a convivência democrática (BRUZZONE, 2022).

Como observa Rocha (2022, p. 39), existem duas correntes teóricas sobre o papel das tecnologias digitais na política: a primeira, de caráter determinista, enxerga as redes como ferramentas capazes de alterar estruturalmente o poder político, criando canais de participação direta e radicalizando a prática democrática. A segunda considera que os recursos digitais seriam incorporados pela lógica política já existente, servindo como mais um meio para a reprodução das relações tradicionais de poder, onde os atores mais estruturados e influentes continuam controlando os espaços de maior visibilidade:

Uma dessas vertentes, muito influenciada pelo chamado determinismo tecnológico, apontava para profundas modificações nas estruturas de poder, haja vista a criação de canais de participação direta, influenciando e alterando incisivamente as instituições políticas, provocando uma radicalização da prática democrática.

Por outro lado, uma visão oposta a essa entendia que os recursos digitais seriam absorvidos pela lógica política vigente. Nesse entendimento, ainda que surjam recursos diferenciais com suas potencialidades, a web serviria como nova plataforma para reproduzir as relações estabelecidas, uma vez que atores e instituições detentoras de maiores recursos de diversas ordens utilizariam o meio digital de forma mais eficiente, de modo a manter a ordem vigente (Margolis; Resnick, 2000).

Diante disso, um dos principais desafios da democracia contemporânea reside na convivência entre a capacidade das tecnologias digitais de promover a participação política dos cidadãos e a incerteza quanto aos seus impactos negativos nos regimes democráticos (MAIA, PRUDENCIO, VIMIEIRO, 2018). Os impactos políticos da Internet são inegáveis, mas sua efetividade para a democratização dependerá do contexto em que se dá a ação política e, principalmente, das escolhas éticas e estratégicas dos atores que as utilizam (ROCHA, 2020).

1.2 - A influência do ciberpopulismo na democracia representativa: desafios para a Justiça Eleitoral

A partir das transformações comunicacionais analisadas no tópico anterior, emerge o fenômeno do ciberpopulismo, conceito que designa o uso estratégico e intensivo das mídias digitais e redes sociais por líderes políticos e movimentos na tentativa de estabelecer uma comunicação direta com a população, frequentemente marginalizando instituições tradicionais de controle democrático, como partidos políticos, imprensa e sistema judiciário.

Segundo Bruzzone (2022), o ciberpopulismo se caracteriza pela construção de lideranças personalizadas, que exploram afetos coletivos, insatisfações sociais e discursos polarizadores para mobilizar o apoio popular. Nesse ambiente, a comunicação política passa a operar não apenas para informar, mas, sobretudo, para seduzir, inflamar e fidelizar segmentos específicos da sociedade. Utilizam-se estratégias como a viralização de conteúdos, a disseminação de desinformação e a criação de narrativas conspiratórias, reforçando uma lógica de amigo *versus* inimigo e de heroísmo do líder.

O ambiente digital amplia essa dinâmica, uma vez que qualquer cidadão se torna, simultaneamente, receptor e emissor de mensagens políticas. A disputa pelo poder, no mundo conectado, transforma-se essencialmente em uma batalha pela construção de narrativas capazes de moldar visões de mundo e legitimar projetos de poder (BRUZZONE, 2022). O exercício da persuasão ganha novo destaque, passando a ser fundamental para a ascensão política.

Nesse sentido, Bruzzone (2022, p. 115) destaca que:

A comunicação em rede e a ciência de dados permitem chegar de maneira muito bem direcionada em cada pessoa, potencializando o efeito já forte da narrativa populista em níveis antes inimagináveis. Mudando as mensagens persuasivas para adequá-las às preferências de cada pessoa, construindo mundos paralelos onde as informações (de modo geral, mentirosas) estão ao serviço do discurso do líder, sustentando teorias conspiratórias para reforçar o caráter maligno do inimigo e destacando os valores do líder. Nessa construção retórica, tudo aquilo que a desmente é vilipendiado: a ciência, a mídia tradicional, as grandes figuras da cultura.

Embora esse fenômeno democratize a produção de discursos e a participação política, também carrega riscos relevantes. Como alerta Bruzzone (2022), as redes digitais podem se converter em instrumentos de dominação, estabelecendo verdadeiras ditaduras informativas, onde a manipulação discursiva e a disseminação de informações falsas ameaçam os princípios da liberdade e igualdade que fundamentam o sufrágio e a própria democracia.

Como se percebe, na democracia contemporânea, a construção dos discursos e as formas de comunicação adotadas pelos líderes políticos continuam a exercer papel determinante na dinâmica do poder e na formação da opinião pública. Contudo, as tecnologias digitais intensificam essa realidade, criando um ambiente propício para práticas populistas e manipuladoras, que podem, a pretexto de ampliar a participação, desvirtuar o sentido ético e livre do sufrágio universal, colocando em risco as bases da convivência democrática.

Dentro desse cenário, o Direito Eleitoral ocupa posição central na defesa da integridade democrática, ao estabelecer normas e limites que buscam equilibrar a liberdade de expressão e o direito à informação com a necessidade de assegurar eleições legítimas e transparentes. Na era digital, impõe-se ao ordenamento jurídico-eleitoral o desafio de revisar e aprimorar seus instrumentos de controle e fiscalização, de modo a enfrentar as novas práticas comunicacionais e os riscos decorrentes da manipulação informacional, garantindo, assim, a soberania popular e a autenticidade das escolhas eleitorais.

2 – Internet e tecnologia como artifícios de modulação do comportamento dos eleitores

Com o advento da tecnologia, ficou extremamente fácil prever com alto grau de probabilidade as características dos usuários de redes sociais, como raça, orientação sexual e preferências políticas, ainda que estes não as tenham dito expressamente, apenas com base

naquilo que o sujeito acessa, “curte” e compartilha nas redes sociais (DUSSEL, 2018). Nessa perspectiva, a maior parte dos cidadãos desconhece a extensão dos dados coletados sobre si e de que forma essas informações podem ser exploradas por agentes privados e políticos no ambiente digital, especialmente durante as disputas eleitorais (C. CALDAS; P. CALDAS, 2019). Essa realidade abre espaço para que o uso estratégico de dados pessoais influencie nos resultados de eleições, refletindo diretamente no regime democrático.

Dessa maneira, ao associar informações obtidas por intermédio de empresas privadas com mecanismos algorítmicos capazes de identificar padrões comportamentais, os direitos fundamentais inerentes ao regime democrático tornam-se vulneráveis a interferências. Assim, os indivíduos deixam de atuar como sujeitos plenamente conscientes e passam a ser alvos de estratégias tecnológicas planejadas de forma meticulosa para direcionar percepções e decisões, muitas vezes sem que os reais interesses por trás dessas práticas sejam devidamente percebidos pela coletividade (POSSA, 2022).

Os usuários de redes como o *Google*, *Instagram* e *Facebook*, têm uma quantidade significativa de informações sobre si sendo coletados a todo instante, voluntária ou involuntariamente, as quais podem ser aglomeradas em formato de dados e metadados (C. CALDAS, P. CALDAS, 2019). Esse processo contribui para o fenômeno denominado de *big-data*, caracterizado por bancos de informações de enorme capacidade, alimentados por volumes massivos de dados digitais (SILVEIRA et al., 2015). Segundo Van Dijck (2018), trata-se de um fenômeno social que decorre da transformação estrutural da sociedade contemporânea, marcada pela digitalização das relações e pela centralidade da informação.

Nesse cenário, o acesso qualificado a informações sobre o comportamento do eleitorado torna-se um recurso estratégico decisivo. Partidos e candidatos utilizam esses dados para desenvolver mensagens personalizadas e direcionadas, explorando temas aos quais o público-alvo já demonstra predisposição (BIMBER, 2014 apud C. CALDAS; P. CALDAS, 2019).

Um dos casos mais emblemáticos dessa prática foi o escândalo envolvendo a empresa *Cambridge Analytica*, que coletou, sem o consentimento dos usuários, informações de milhões de perfis no *Facebook*. Esses dados foram utilizados para traçar perfis psicológicos e aplicar técnicas de *microtargeting*, enviando conteúdos específicos e individualizados a diferentes segmentos do eleitorado, com o objetivo de manipular

percepções e influenciar decisões de voto. Esse episódio evidenciou o potencial dos algoritmos e do *big-data* para direcionar o comportamento eleitoral de maneira opaca e manipulativa, comprometendo a integridade do processo democrático.

Outro fenômeno associado ao ambiente digital são as chamadas *shitstorms* e *candystorms*. Conforme conceituado por C. Caldas e P. Caldas (2019), as *candystorms* consistem em campanhas de aprovação em massa nas redes, voltadas a enaltecer a imagem de um político ou partido, enquanto as *shitstorms* se caracterizam por ataques verbais difamatórios, carregados de forte apelo emocional, direcionados a destruir a reputação de adversários.

Esses movimentos – *big-data*, *candystorms* e *shitstorms* - são amplificados pela velocidade e alcance das redes sociais. Isso porque as chamadas *fake news* podem ser utilizadas para potencializar seus efeitos. A propagação massiva de desinformação, articulada a partir desses fenômenos, permite que atores políticos influenciem artificialmente o debate público e o processo eleitoral, manipulando percepções coletivas e enviesando o sufrágio.

Como destacam C. Caldas e P. Caldas (2019, p. 16), o uso combinado dessas práticas oferece a partidos e candidatos um poder inédito de interferência no resultado das eleições, especialmente quando utilizados para promover informações falsas com o intuito de favorecer ou prejudicar candidaturas:

[...] partidos e candidatos, utilizando-se das informações obtidas a partir do *big-data*, aumentam seu poder de interferir no processo eleitoral por meio da divulgação de informações falsas que possam destruir (*shitstorm*) ou construir (*candystorm*) a reputação de determinado candidato ou legenda.

Tal dinâmica evidencia como ferramentas digitais, antes vistas como instrumentos de democratização da comunicação, podem ser instrumentalizadas para modular comportamentos eleitorais e afetar a paridade de armas entre os concorrentes ao pleito, sobretudo em função das desigualdades de recursos para aquisição e exploração dessas tecnologias.

2.1 - Fake news e a era da desinformação

Como se verificou nos tópicos anteriores, o processo eleitoral, especialmente em regimes democráticos, é fortemente sustentado por estratégias de persuasão. Em sociedades em que é necessário conquistar a adesão da maioria para legitimar a ocupação de espaços de poder, a ação política se organiza a partir de práticas comunicacionais direcionadas à construção de discursos persuasivos, capazes de angariar apoio popular (ROCHA, 2020). Nesse cenário, as chamadas *fake news* consolidaram-se como um dos elementos mais relevantes das dinâmicas políticas contemporâneas, especialmente durante períodos eleitorais (ROCHA, 2020).

As *fake news* podem ser conceituadas como “informações sabidamente falsas que são produzidas com aparência de verdade e com o objetivo de enganar e gerar compartilhamento” (CARDOSO, GONÇALVES, NETO, 2023, p. 4). Sua eficácia reside justamente no fato de que essas notícias são elaboradas de forma crível, frequentemente mescladas a conteúdos verdadeiros, o que dificulta sua identificação. Para o dicionário de Cambridge, *fake news* são “histórias falsas que parecem notícias, disseminadas na internet ou usando outras mídias, geralmente criadas para influenciar opiniões políticas ou como uma piada¹”.

A denominada pós-verdade se insere justamente nesse contexto de veiculação e assimilação da informação falsa como se verdadeira, sendo que tal fenômeno tem sido utilizado cada vez mais no cenário político-eleitoral, influenciando sobremaneira os regimes democráticos (CARDOSO, GONÇALVES, NETO, 2023). Para Castells (2018), o fenômeno contemporâneo da pós-verdade materializa a desinformação ao deturpar os fatos e contribui para o aumento da desconfiança em relação à política, às instituições e às fontes jornalísticas tradicionais.

A relevância desse tema no cenário político nacional motivou, inclusive, a instalação da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito das *Fake News* (CPMI das *Fake News*), no Congresso Nacional, em setembro de 2019. O colegiado foi responsável por investigar a disseminação de notícias falsas e o uso de estratégias de desinformação com finalidades políticas e eleitorais no Brasil, revelando a amplitude das práticas de manipulação digital e suas consequências para a integridade do processo eleitoral e para a estabilidade democrática.

¹ CAMBRIDGE Dictionaries Online. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/fake-news>. Acesso em: 11 de out. de 2024

Corroborando com essa preocupação, uma pesquisa realizada pelo Instituto DataSenado² evidenciou que 81% dos brasileiros acreditam que as notícias falsas podem afetar de forma significativa o resultado de uma eleição. O levantamento apontou ainda que 72% dos entrevistados afirmaram ter se deparado com conteúdos falsos circulando nas redes sociais nos seis meses anteriores à pesquisa. Além disso, a maioria da população considera “muito importante” controlar a divulgação dessas informações, como forma de garantir um ambiente de disputa eleitoral justo e equilibrado.

Outrossim, conforme apontam A. Queiroz e W. Sanches (2023, p. 22), a opinião pública sobre uma notícia, ainda que falsa, “pode comprometer todo um sistema onde a visibilidade dos políticos depende, em grande escala, dos veículos de comunicação de massa, que são marcados pela grande influência”.

Importa destacar que a circulação de informações falsas não é um fenômeno recente nem exclusivo da internet, tendo sido recorrente ao longo da história das sociedades. No entanto, a ruptura do monopólio informacional antes exercido pelos veículos tradicionais, possibilitada pelo ambiente digital, ampliou de forma significativa as possibilidades de disseminação de conteúdos falsos (ROCHA, 2020)

Dessa forma, se por um lado a tecnologia digital viabiliza a liberdade de expressão — direito constitucional indispensável à prática cidadã —, por outro, oferece instrumentos que podem prejudicar a integridade do processo eleitoral. A circulação massiva de notícias falsas ameaça a qualidade do debate público, manipula a opinião do eleitorado e cria um ambiente informacional fechado, onde a desinformação é continuamente reforçada pelos próprios usuários, inviabilizando o contraditório e o pluralismo de ideias indispensáveis à convivência democrática.

2.2 - O caso da empresa Cambridge Analytica

Atualmente, algoritmos sofisticados são capazes de processar volumes expressivos de dados em curtíssimos intervalos de tempo, identificando padrões e realizando previsões

² SENADO NOTÍCIAS. **Para brasileiros, notícias falsas impactam eleições, revela DataSenado**. 2024. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/08/23/para-brasileiros-noticias-falsas-impactam-eleicoes-revela-datasenado>. Acesso em: 14 de abr. de 2025

com margens de acerto extremamente elevadas. Esses mecanismos deram origem a métodos sofisticados de análise de informações, diretamente associados à coleta massiva de informações — o chamado *big data* —, realizada, em grande parte, por empresas do setor tecnológico. Inseridas nesse ambiente, as estratégias de *microtargeting*, que consistem na segmentação extremamente detalhada de públicos para o direcionamento personalizado de mensagens, ganharam notoriedade, especialmente após os episódios envolvendo a empresa *Cambridge Analytica*, quando seu uso em campanhas eleitorais provocou forte repercussão social e institucional (POSSA, 2022).

A partir de relatos de ex-funcionários, foi revelado que a *Cambridge Analytica*, juntamente com outras empresas associadas (como a SCL e a AIQ), esteve diretamente envolvida no vazamento de dados pessoais de usuários do *Facebook*. Essas informações foram utilizadas para a elaboração de perfis comportamentais e manipulação de algoritmos, visando direcionar conteúdos personalizados por meio de técnicas de *microtargeting* (BERNARDI, 2019).

Conforme noticiado pela BBC³, a empresa criou um aplicativo de teste psicológico, por meio do qual obteve acesso não apenas aos dados dos usuários que voluntariamente participaram, mas também às informações de seus contatos na rede, sem o consentimento destes. Estima-se, segundo reportagem do jornal *El País* (GUIMÓN, 2018), que os dados de aproximadamente 80 milhões de usuários tenham sido utilizados de forma irregular para fins eleitorais.

Esses dados foram minuciosamente analisados pela *Cambridge Analytica* com o objetivo de extrair informações estratégicas para campanhas políticas, comercializando esses *insights* com clientes interessados em aumentar suas chances eleitorais, num exemplo concreto da aplicação do *big data* ao *marketing* político-eleitoral (C. CALDAS, P. CALDAS, 2019).

Sobre isso, Possa (2022, p. 9) destaca que:

[...] dados pessoais passaram a ser utilizados para facilitar a disseminação eficiente de *fake news* àqueles que eram propensos a aceitar determinados tipos de notícias.

³ BBC News Brasil. Entenda o escândalo de uso político de dados que derrubou valor do Facebook e o colocou na mira de autoridades. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-43461751>. Acesso em: 12 de out. de 2024

Dessa maneira, cada cidadão era alvo de notícias e conteúdos criados com o objetivo de atingir seu convencimento, criando verdadeiras bolhas sociais. Essa técnica segregou o debate político e retirou a condição de igualdade no acesso a informações, assim como a liberdade da cidadania individual, uma vez que pessoas diversas estavam sujeitas a diferentes tipos de notícias conforme a propensão de aceitação pessoal.

Em consequência, tornou-se possível persuadir eleitores indecisos por meio de conteúdos cuidadosamente elaborados para dialogar com suas crenças e preferências específicas, aprofundando o fenômeno conhecido como *desdemocratização*, fazendo referência a um processo de profunda regressão democrática (ORIGA, 2022).

Dessa forma, verifica-se que o uso massivo de dados pessoais, aliado a algoritmos preditivos e estratégias de segmentação digital, não apenas compromete a integridade dos processos eleitorais, como também representa um desafio grave para a democracia contemporânea, exigindo a atualização de instrumentos normativos e institucionais capazes de assegurar transparência, isonomia e liberdade informacional no ambiente político-eleitoral.

3 - E-campanhas: propaganda eleitoral no contexto de ascensão das tecnologias

A propaganda eleitoral nada mais é do que um “eficiente mecanismo de *marketing*” (SILVA, SANTOS, 2019, p. 14), cujo objetivo central é influenciar o eleitorado a aderir a determinada candidatura. Como bem destaca Marcos Ramayama, citado por Silva e Santos (2019), trata-se de uma oportunidade institucionalmente assegurada aos candidatos para a disseminação de ideias, projetos e ideologias.

Nesse cenário, a rápida disseminação de informações viabilizada pelas redes sociais e pela internet alterou significativamente a dinâmica das campanhas eleitorais, reduzindo a relevância de fatores outrora determinantes, como tempo de propaganda televisiva e recursos financeiros (BERNARDI, 2019). Um exemplo emblemático dessa mudança foi a eleição presidencial brasileira de 2018. Conforme Bernardi (2019, p. 56), enquanto o candidato Geraldo Alckmin, com ampla exposição televisiva e recursos do fundo eleitoral, obteve resultado inexpressivo nas urnas, Jair Bolsonaro, com ínfimo tempo de TV e menor volume de recursos, conquistou expressiva votação, evidenciando a força das estratégias digitais:

[...] o candidato PSDBbista Geraldo Alckmin contava com 5 minutos e 33 segundos de propaganda eleitoral, acesso a 185,8 milhões de reais do fundo

eleitoral e 9 partidos em sua coligação partidária e terminou com apenas 4,76% dos votos no primeiro turno. Em comparação, o atual presidente Jair Bolsonaro (PSL), tinha 39 vezes menos exposição na TV, com apenas 8 segundos e 9 milhões de reais do fundo, atingiu a votação de 46,03% dos válidos.

A vitória de Jair Bolsonaro se deu, principalmente, em razão da sua significativa presença digital (BACHINI et al, 2023), demonstrando de forma clara que a ampla utilização das tecnologias digitais dá lugar a uma nova fase no contexto das propagandas eleitorais, distinta das anteriores, “fase esta caracterizada por alguns analistas como campanhas iniciadas pelos cidadãos [...] e, por outros como campanhas midiáticas” (GIBSON, 2015, RÖMMELE & SCHENEIDMESSER, 2016 apud BRAGA, CARLOMAGNO, 2018, p. 2).

Tal fenômeno não é recente e pode ser observado desde a campanha de Barack Obama à presidência dos Estados Unidos, em 2008, que consolidou o uso da internet e das redes sociais como ferramentas estratégicas de campanha eleitoral. Na ocasião, a campanha democrata investiu considerável quantidade de recursos no uso da Internet e das mídias sociais, fato que sinalizou uma mudança estrutural no planejamento eleitoral contemporâneo (BRAGA, NICOLÁS, BECHER, 2011).

Segundo Gomes (2009, p. 8):

Genericamente falando, a campanha democrata gastou mais de US\$ 16 milhões em publicidade on-line. O candidato republicano gastou cerca de US\$ 3,6 milhões. De todo o dinheiro investido por Obama no meio on-line, o Google faturou a maior fatia de bolo, US\$ 7,5 milhões, ou seja, por volta de 45% do total – parte disso pelos anúncios e links patrocinados em sua rede de afiliados e outra parte pelos anúncios que apareciam nas páginas de resultados do buscador. O Yahoo!, em segundo lugar, ficou apenas com US\$ 1,5 milhões.

Nesse sentido, destaca-se que a *web* passou a ocupar posição central no planejamento das campanhas políticas, assumindo lógica própria e determinando novos paradigmas na disputa eleitoral (ROCHA, 2020). O advento das tecnologias digitais inaugurou, assim, a era das chamadas campanhas digitais, fenômeno que se firmou a partir da campanha de Obama e consolidou-se em pleitos posteriores, inclusive no Brasil.

Dentro desse novo ambiente digital, emergem os chamados *Bots* Sociais, perfis automatizados que simulam interações humanas nas redes sociais e são capazes de amplificar, artificialmente, conteúdos relacionados a candidaturas, conferindo-lhes aparente popularidade e legitimidade. Segundo Ruediger (2018), esses robôs contribuem para inserir determinados

fatos — verdadeiros ou não — na narrativa dominante, interferindo diretamente na construção do debate público eleitoral.

Diante desse cenário, torna-se imprescindível refletir sobre a necessidade de limites jurídicos adequados para regular o uso dessas ferramentas tecnológicas nas campanhas políticas. A atuação do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) tem sido fundamental para estabelecer normas e parâmetros que visam assegurar a integridade do processo eleitoral e proteger a igualdade de condições entre os candidatos no ambiente digital. Esse importante aspecto, relativo à regulação jurídica das campanhas digitais e ao papel do TSE na fiscalização e controle dessas práticas, será objeto de análise aprofundada em tópico próprio a seguir.

3.1 - Uso da inteligência artificial nas campanhas eleitorais: os *Bots* Sociais

Os *Bots* Sociais podem ser conceituados como “*softwares* que interagem com outros usuários em mídias sociais ou conteúdos online, como em seções de comentários em portais de notícias, fazendo uso de linguagem natural” (RUEDIGER, 2018, p. 7), com o específico intuito de se passarem por perfis humanos, o que dificulta consideravelmente sua detecção. Essas ferramentas consistem, portanto, em contas automatizadas que realizam postagens, curtem, compartilham, comentam e interagem de forma autônoma com outros usuários nas redes sociais (RUEDIGER, 2018).

Assim, considerando que as plataformas digitais priorizam conteúdos com alto engajamento, a atuação massiva desses robôs pode gerar desequilíbrios no cenário eleitoral, ao ampliar artificialmente o alcance de publicações específicas (RUEDIGER, 2018).

Em razão dessa característica, os *bots* são frequentemente empregados para divulgar desinformação e impulsionar a visibilidade de conteúdos favoráveis a determinadas figuras públicas e partidos (RUEDIGER, 2018). Sua presença em disputas eleitorais, além disso, contribui para a intensificação de fenômenos conhecidos como *shitstorms* (campanhas de ataques) e *candystorms* (campanhas de apoio), afetando a imagem de candidatos, partidos ou ideias políticas (C. CALDAS, P. CALDAS, 2019).

No Brasil, o uso estruturado dos Bots Sociais teve início em 2010, inspirado no sucesso da campanha online de Barack Obama (JÚNIOR, 2018). Entretanto, foi nas eleições de 2014, durante o embate entre Dilma Rousseff e Aécio Neves, que seu uso se intensificou de maneira notável. De acordo com estudo da Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getulio Vargas (FGV/DAAP), aproximadamente 11% das interações em discussões políticas daquele período foram promovidas por robôs automatizados (SANTOS, 2017). Além disso, segundo a ONG internacional *The Spamhaus Project*, o Brasil ocupa a terceira posição no ranking global de países com mais redes de *bots* ativas para práticas ilícitas como envio de *spam*, ataques de negação de serviço (DDoS) e *phishing* (JÚNIOR, 2018).

Frente a esse cenário, especialistas alertam que o uso indiscriminado dos *bots* “pode potencializar processos de desinformação em massa e produzir efeitos deletérios sobre o funcionamento de uma democracia” (RUEDIGER, 2018, p. 16), bem como afetar o debate público e o apoio da opinião pública a determinados movimentos e causas (JÚNIOR, 2018).

Para Danilo Doneda, citado por Júnior (2018), a solução não está na proibição total dessa ferramenta — pois também possui aplicações legítimas — mas, sim, na adoção de medidas que promovam maior transparência quanto ao uso de *bots* em campanhas eleitorais, informando claramente os eleitores sobre a utilização dessas tecnologias e a identidade dos responsáveis por seu financiamento.

Nesse contexto, Ruediger (2018, p. 15) defende a necessidade de se enquadrar juridicamente os *bots* sociais como forma de propaganda eleitoral, e não como conteúdo espontâneo ou orgânico, estabelecendo assim limites normativos mais rigorosos para sua utilização:

A distinção jurídica entre propaganda eleitoral e conteúdo orgânico é relevante para a manutenção de eleições livres e justas, e o uso de *bots* sociais é problemático ao possibilitar a veiculação de propaganda eleitoral sob a pretensão de conteúdo orgânico, espontâneo. No entanto, ainda que reformas jurídicas eleitorais tenham se debruçado sobre estas questões, as particularidades técnicas do funcionamento deste mecanismo, a dificuldade de identificação de determinados *bots* mais sofisticados e o real impacto destes mecanismos em resultados eleitorais ainda representam -e continuarão representando - constantes desafios ao direito.

Dessa maneira, fica evidente que os *bots* sociais representam uma nova e poderosa ferramenta de campanha eleitoral trazida pela ascensão das tecnologias digitais, cujos riscos exigem regulamentação adequada.

3.2 - Eleições presidenciais de 2024 nos Estados Unidos e de 2022 no Brasil

Ao falar sobre o papel das redes sociais no processo eleitoral, bem como acerca da influência das *fake news* na disputa política, não há como ignorar as inúmeras semelhanças entre as eleições de 2022 no Brasil e as de 2024 nos Estados Unidos. Ambos os pleitos foram marcados por forte oposição e intensa polarização — no Brasil, entre esquerda e direita, e nos Estados Unidos, entre democratas e republicanos — criando um ambiente propício para o uso recorrente de técnicas de desinformação, disseminadas tanto por campanhas oficiais quanto por apoiadores anônimos nas redes.

Tanto no Brasil quanto nos EUA, observou-se que os eleitores vêm utilizando cada vez mais as redes sociais como principal fonte de informação eleitoral, o que conforma o fenômeno que Manin denominou de democracia de público, na qual a formação da opinião pública ocorre menos por partidos e instituições tradicionais e mais pelas interações digitais (BACHINI et al, 2023). Esse cenário, no entanto, torna-se perigoso, pois há uma tendência das redes sociais em impulsionar candidaturas populistas, favorecidos pelos algoritmos que priorizam conteúdos polêmicos e de grande repercussão, ainda que falsos ou descontextualizados (BACHINI et al, 2023).

As eleições norte-americanas de 2024 apresentaram um cenário de desinformação sem precedentes. Segundo o chefe de segurança cibernética dos Estados Unidos, o pleito daquele ano enfrentou a maior onda de *fake news* já registrada no país, com o agravante da utilização de tecnologias de inteligência artificial, *deepfakes* e *bots* para amplificar conteúdos falsos e manipular o debate público (CNN BRASIL, 2024).

Diante dessa realidade, tanto as autoridades brasileiras quanto as norte-americanas buscaram estabelecer mecanismos para limitar a circulação de desinformação, como no caso da Resolução nº 23.610/2019 do TSE, alterada em 2024 para regular o uso de inteligência artificial e conteúdos impulsionados, exigindo maior transparência nas campanhas digitais⁴. Nos Estados Unidos, discussões semelhantes ocorreram sobre a necessidade de

⁴ TSE. **Gestão Alexandre de Moraes: combate às fake news e milícias digitais reforçaram confiabilidade do processo eleitoral.** 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Maio/gestao-alexandre-de-moraes-combate-as-fake-news-e-milicias-digitais-reforcaram-confiabilidade-do-processo-eleitoral>. Acesso em: 14 abr. 2025.

responsabilização das plataformas e da identificação clara de conteúdos manipulados por inteligência artificial⁵.

Diante desse cenário, torna-se evidente a necessidade de regulamentação do espaço digital para preservar a integridade democrática. A experiência das eleições no Brasil e nos Estados Unidos demonstra que, sem regras claras e mecanismos eficazes de fiscalização, as tecnologias digitais podem ser utilizadas para manipular o processo eleitoral e comprometer a confiança nas instituições democráticas.

3.3 - Limites jurídicos ao uso da tecnologia nas campanhas eleitorais

A Resolução nº 23.610/2019, do Tribunal Superior Eleitoral – TSE, traz diretrizes a respeito da propaganda eleitoral no Brasil. Em 2024, a referida Resolução sofreu diversas alterações, conforme divulgado pelo próprio TSE⁶, com o intuito de tornar mais claras e transparentes as regras aplicáveis às campanhas realizadas na Internet.

No tocante à disseminação de *fake news* durante o período eleitoral, a Resolução 23.610/19 (BRASIL, 2019) dispõe, em seu art. 89, que é crime contratar ou ser contratado para divulgar ou compartilhar conteúdos falsos que atentem contra a honra ou a candidatura de concorrentes. Nesses casos, a pena prevista é de dois a quatro anos de detenção, além de multa entre R\$ 15 mil e R\$ 50 mil. Ainda, o artigo 90 (BRASIL, 2019) prevê sanção de dois meses a um ano de detenção, e multa de 120 a 150 dias-multa, para quem divulgar informações sabidamente falsas sobre candidatos.

Apesar dessas previsões legais, C. Caldas e P. Caldas (2019, p. 18) alertam para o risco de que a legislação contra as *fake news* possa, em contextos de intensa polarização e ativismo judicial, restringir indevidamente a liberdade de expressão:

[...] existe o fundado receio de que uma legislação de repressão às *fake news* possa gerar cerceamento à liberdade de expressão especialmente dentro de

⁵ CNN BRASIL. **Eleições nos EUA: uso de deepfake e IA revela problema que pode se repetir no Brasil.** 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/eleicoes-nos-eua-uso-de-deepfake-e-ia-revela-problema-que-pode-se-repetir-no-brasil>. Acesso em: 14 abr. 2025.

⁶ TSE. **Eleições 2024: confira as novidades para a propaganda eleitoral na internet.** 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Marco/eleicoes-2024-confira-as-novidades-para-a-propaganda-eleitoral-na-internet>. Acesso em: 12 de out. de 2024

um ambiente no qual o ativismo Judiciário no campo político se intensifica e encontra-se permeado por intensa polarização política.

Ademais, há que se considerar que, uma vez disseminadas as *fake news*, seus efeitos são dificilmente desfeitos. Logo, ainda que relevante, a legislação pode não ser suficiente para impedir a ocorrência de fenômenos como *shitstorms* e *candystorms*.

Em relação ao uso de tecnologias emergentes, como a inteligência artificial, especialmente por meio de *bots sociais*, para impulsionar conteúdos políticos-eleitorais, foram introduzidos diversos artigos regularizando a sua utilização. A título exemplificativo, cita-se o art. 9º-B que coíbe o uso de *chatbots*, avatares e conteúdos sintéticos gerados por inteligência artificial sem a determinação expressa de que o conteúdo foi fabricado/manipulado. Além disso, o § 3º deste artigo veda a simulação de interlocução com pessoa real, quando, em verdade, se está a falar com um robô.

Ainda sobre esse enfoque, o artigo 9º-D da referida Resolução determina que os provedores de aplicações não podem comercializar serviços de impulsionamento para divulgar informações manifestamente falsas ou gravemente descontextualizadas que possam comprometer o processo eleitoral:

Art. 9º-D § 1º É vedado ao provedor de aplicação, que comercialize qualquer modalidade de impulsionamento de conteúdo, inclusive sob a forma de priorização de resultado de busca, disponibilizar esse serviço para veiculação de fato notoriamente inverídico ou gravemente descontextualizado que possa atingir a integridade do processo eleitoral.

Vale destacar que a Resolução também estabelece normas mais rigorosas para o tratamento de dados sensíveis, baseando-se na Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD. Por exemplo, é vedado o uso desses dados para criar perfis com a intenção de direcionar, de modo segmentado, propaganda eleitoral sem o consentimento específico e destacado do titular (TSE, 2024). Essa medida visa coibir práticas semelhantes às adotadas pela *Cambridge Analytica*, aumentando a proteção do eleitor frente à manipulação algorítmica.

Sendo assim, para garantir a integridade do processo eleitoral e proteger os eleitores de possíveis manipulações, faz-se necessário impor limites jurídicos ao uso das tecnologias nas campanhas eleitorais. Evidente que a transparência e *accountability* de partidos, candidatos e coligações é essencial para a promoção de um ambiente eleitoral justo e equilibrado. Nesse sentido, é preciso observar se as modificações impostas pelo TSE na

Resolução nº 23.610/2019 serão suficientes para afastar os riscos inerentes do uso das tecnologias digitais como propaganda eleitoral.

Considerações finais

Diante da análise empreendida, constata-se que as tecnologias digitais, ao mesmo tempo em que democratizam o acesso à informação e ampliam as formas de participação política, também se tornam instrumentos capazes de comprometer a integridade do processo eleitoral. O uso de ferramentas como redes sociais, *big-data*, *bots sociais* e inteligência artificial, embora propicie um ambiente mais aberto e plural, permite, de outro lado, a disseminação em larga escala de *fake news* e a manipulação algorítmica do comportamento eleitoral.

Ficou evidente que a manipulação informacional por meio de desinformação e técnicas comunicacionais oportunizadas pelas tecnologias digitais representa uma ameaça concreta à autenticidade do sufrágio e, por consequência, à própria democracia. A facilidade de produção e disseminação de conteúdos falsos, aliada à ausência de filtros eficazes no ambiente digital e ao uso de estratégias de *microtargeting*, contribui para a distorção da vontade popular, enfraquecendo as bases do regime democrático.

A instalação da CPMI das *Fake News* e os dados levantados por pesquisas como a do Instituto DataSenado evidenciam a preocupação social e institucional com os riscos trazidos pelas notícias falsas ao equilíbrio das eleições. Tais elementos reforçam a urgência de medidas normativas, educativas e institucionais voltadas à proteção da soberania popular e à garantia de uma competição justa entre as candidaturas.

O estudo também evidenciou que o uso dessas tecnologias no cenário eleitoral apresenta aspectos ambíguos: de um lado, permite que um número cada vez maior de cidadãos tenham acesso a informações e participem ativamente da vida pública; de outro, coloca ferramentas poderosas nas mãos de líderes populistas, que as utilizam para manipular, segmentar e controlar o debate político, favorecendo discursos autoritários e polarizadores.

O cenário futuro, por sua vez, apresenta-se incerto. Com o avanço vertiginoso das tecnologias de inteligência artificial e automação, o processo eleitoral também tende a ser

progressivamente impactado. A capacidade de produzir conteúdos sintéticos, simular interações humanas e modular percepções em tempo real representa um desafio inédito à lisura das eleições.

Diante dessa realidade, é imprescindível que o Direito Eleitoral acompanhe de forma constante e dinâmica os novos recursos tecnológicos que surgem, atualizando sua legislação e aperfeiçoando seus mecanismos de controle e responsabilização. É fundamental estabelecer limites claros e eficazes para o uso dessas tecnologias, garantindo a transparência, a isonomia entre as candidaturas e a integridade do voto.

Mais do que um fenômeno conjuntural, a desinformação e o uso estratégico das tecnologias digitais configuram-se como desafios estruturais de natureza jurídica, política e ética, exigindo vigilância permanente, fiscalização rigorosa e ações educativas voltadas à formação de uma cidadania digital crítica e consciente. Só assim será possível assegurar a autenticidade do sufrágio e preservar a legitimidade do regime democrático brasileiro diante das transformações da era digital.

Referências Bibliográficas

BACHINI, Natasha, OLIVEIRA, Lucy, CARÁ, Felipe Amador. Onde está o povo? Comunicação digital e populismo nas eleições de 2018. **Revista de sociologia da USP**. São Paulo, v. 35, n. 3, p. 161-190, sep./dec., 2023. DOI: <https://doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2023.210794>. Acesso em: 13 out. 2024

BBC News Brasil. **Entenda o escândalo de uso político de dados que derrubou valor do Facebook e o colocou na mira de autoridades**. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-43461751>. Acesso em: 12 de out. de 2024

BERNARDI, Ana Julia Bonzanini. **Redes sociais, fake news e eleições: medidas para diminuir a desinformação nos pleitos eleitorais brasileiros**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2019

BRUZZONE, Andrés. **Ciberpopulismo: política e democracia no mundo digital**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2021. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 15 abr. 2025.

BOBBIO, Norberto. **O Futuro da Democracia. Uma defesa das regras do jogo**. Tradução de Marco Aurélio Nogueira. 16. ed. Rio de Janeiro. São Paulo: Paz e Terra, 2019

BRAGA, Sérgio; CARLOMAGNO, Márcio. Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas nas campanhas eleitorais brasileiras pelas tecnologias digitais (1998-2016). **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 26, pp. 07-62, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0103-335220182601>. Acesso em 24 ago. 2024

BRAGA, Sérgio; NICOLÁS, Maria A.; BECHER, André R. Elites políticas e NTICS: uma análise do uso da Internet pelos candidatos aos governos estaduais e ao senado federal nas eleições brasileiras de outubro de 2010. **Anais**. Caxambu, 2011. Disponível em: http://www.anpocs.org.br/portal/35_encontro_gt/GT01/Nicolas_Becher_Braga.pdf. Acesso em: 25 ago. 2024

BRASIL. **Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019**. Dispõe sobre a propaganda eleitoral (Redação dada pela Resolução nº 23.732/2024). Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 12 de out. 2024

CALDAS, Camilo Onoda Luiz; CALDAS, Pedro Neris Luiz. Estado, democracia e tecnologia: conflitos políticos no contexto do big-data, das fake news e das shitstorms. **Perspectivas em Ciência da Informação**. São Paulo, v. 24, n. 2, p. 196-220, abr./jun. 2019. DOI: <https://doi.org/10.1590/1981-5344/3604>. Acesso em: 25 ago. 2024.

CAMBRIDGE Dictionaries Online. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/fake-news>. Acesso em: 11 de out. de 2024

CARDOSO, Luiz Antônio; GONÇALVES, Clara Angélica; NETO, Ubirajara Coelho. Fake News nas eleições, direito da personalidade e responsabilidade. **Revista Foco**. Curitiba, v. 16,

n. 2, p. 01-20, jan/fev 2023. Disponível em:
<https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/922>. Acesso em: 25 ago. 2024

CASTANHO, Maria Augusta Ferreira da Silva. **O processo eleitoral na era da internet: as novas tecnologias e o exercício da cidadania**. 2014. Tese (Doutorado em Direito do Estado) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014

CASTELLS, Manuel. **Ruptura: a crise da democracia liberal**. Tradução: Joana Angélica d'Avila Melo. São Paulo: Zahar, 2018

CNN BRASIL. **Eleição dos EUA vê quantidade sem igual de desinformação, diz chefe de segurança cibernética**. 2024. Disponível em:
<https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/eleicao-dos-eua-ve-quantidade-sem-igual-de-desinformacao-diz-chefe-de-seguranca-cibernetica>. Acesso em: 14 abr. 2025.

CNN BRASIL. **Eleições nos EUA: uso de deepfake e IA revela problema que pode se repetir no Brasil**. 2024. Disponível em:
<https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/eleicoes-nos-eua-uso-de-deepfake-e-ia-revela-problema-que-pode-se-repetir-no-brasil>. Acesso em: 14 abr. 2025.

DUSSEL, J. **Cómo ganar elecciones contando “me gusta”**. Página 12, 28 mar. 2018. Disponível em: <https://www.pagina12.com.ar/104359-como-ganar-elecciones-contando-me-gusta>. Acesso em: 13 out. 2024

GOMES, Wilson et al. "Politics 2.0": a campanha on-line de Barack Obama em 2008. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 17, n. 34, p. 29-43, out. 2009. Acesso em: 25 ago. 2024

GUIMÓN, P. Cambridge Analytica, empresa pivô no escândalo do Facebook, é fechada. **El País**. Londres, 2 mai. 2018. Disponível em:
https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/02/internacional/1525285885_691249.html. Acesso em: 13 out. 2024

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Belo Horizonte: Áyiné, 2018

HUNTINGTON, Samuel P. **The third wave: democratization in the late twentieth century**. Oklahoma: University of Oklahoma Press, 1991

JÚNIOR, Odélio Porto. O Uso de Bots nas Eleições Brasileiras. **IRIS**. 2018. Disponível em:
<https://irisbh.com.br/o-uso-de-bots-nas-eleicoes-brasileiras/>. Acesso em: 12 de out. de 2024

MAIA, Rousiley C. M.; PRUDENCIO, Kelly; VIMIEIRO, Ana Carolina. **Democracia em Ambientes Digitais. Eleições, Esfera Pública e Ativismo**. Salvador: EDUFBA, 2018

OLIVEIRA COUTO, Walles Henrique de. **Inteligência artificial e propaganda eleitoral: os impactos das novas tecnologias na democracia**. 2021. Dissertação (Mestre em Direito) – Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), Caruaru, 2021

ORIGA, Danilo Tamarindo. **Desdemocratização: Fake news, o povo e as instituições democráticas no Brasil**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Universidade Federal de Uberlândia. 2022

POSSA, Alisson. **Proteção de Dados e Eleições**. Rio de Janeiro: Expressa, 2022. *E-book*. p.7. ISBN 9786555599848. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555599848/>. Acesso em: 15 abr. 2025.

QUEIROZ, Arthur Cacator, SANCHES, Wagner. O impacto das fake news no âmbito político. **Revista ft**. Cornélio Procópio, v. 27, ed. 128, nov 2023. DOI: 10.5281/zenodo.10086331. Acesso em: 13 de out. de 2024

ROCHA, Leonardo. **A mídia e os novos meios de comunicação**. 1. ed. São Paulo: Contentus, 2020. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 15 abr. 2025.

RUEDIGER, Marco. **Bots e o Direito Eleitoral Brasileiro**. Rio de Janeiro. FGV, Dapp, 2018. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/217a5f9b-384f-4803-a77d-721188b65c45/content>. Acesso em: 25 ago. 2024

SANTOS, Paulo Henrique dos. O uso de social bots em eleições – tudo o que você precisa saber. **Politize**. 2017. Disponível em: <https://www.politize.com.br/social-bots-em-eleicoes/>. Acesso em: 12 de out. de 2024

SCHUMPETER, Joseph. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967

SENADO NOTÍCIAS. **Para brasileiros, notícias falsas impactam eleições, revela DataSenado**. 2024. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/08/23/para-brasileiros-noticias-falsas-impactam-eleicoes-revela-datasenado>. Acesso em: 14 de abr. de 2025

SILVA, Lucas Gonçalves da; SANTOS, Elaine Celina Afra. O aumento das “Fake News” durante a propaganda eleitoral e sua possível influência no resultado do leito. **Revista Brasileira de Direito e Garantias Fundamentais**, v. 5, n. 1, p. 1 19, 2019. P. 3-4

SILVEIRA, M.; MARCOLIN, C.; FREITAS, H. O big data e seu uso corporativo: uma revisão de literatura. São Paulo: SINGEP, 4, 2015. **Anais**. Disponível em: <https://singep.org.br/4singep/resultado/245.pdf> . Acesso em: 13 out. 2024

TSE. **Eleições 2024: confira as novidades para a propaganda eleitoral na internet**. 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Marco/eleicoes-2024-confira-as-novidades-para-a-propaganda-eleitoral-na-internet>. Acesso em: 12 de out. de 2024

TSE. **Gestão Alexandre de Moraes: combate às fake news e milícias digitais reforçaram confiabilidade do processo eleitoral**. 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Maio/gestao-alexandre-de-moraes-combate>

-as-fake-news-e-milicias-digitais-reforcaram-confiabilidade-do-processo-eleitoral. Acesso em: 14 abr. 2025.

VAN DIJCK, J. Confiamos nos dados? As implicações da datificação para o monitoramento social. **Matrizes**. São Paulo, v. 11, n. 1, jan./abr., 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/131620/127911>. Acesso em: 13 out. 2024